

# Konsumentbarometern

2016, november

## Konsumenternas förtroende starkast på över fem år – tveksamhet om den egna ekonomin

Konsumenternas förtroendeindikator var i november 17,6, då den i oktober var 15,8 och i september 14,4. Förtroendet för ekonomin var senast lika starkt våren 2011. I november i fjol fick förtroendeindikatorn värdet 4,7. Indikatorns långtidsmedelvärde är 11,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens konsumentbarometer. För barometern intervjuades den 1–18 november 1 230 personer bosatta i Finland.

### Konsumenternas förtroendeindikator



1) medeltal 10/1995 - 11/2016

Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förstärktes förväntningarna på den allmänna arbetslösheten och hushållens möjlighet att spara en aning jämfört med oktober. Uppskattningarna om den egna och Finlands ekonomi var ungefär oförändrade. Jämfört med motsvarande period i fjol förstärktes alla delfaktorer betydligt i november.

I november var konsumenternas syn på Finlands ekonomi, och för första gången på länge också på arbetslöshetsutvecklingen, optimistiska. Däremot var förväntningarna på konsumenternas egen ekonomi ganska svaga. Konsumenterna ansåg dock att hushållens möjligheter att spara är goda under de följande 12 månaderna.

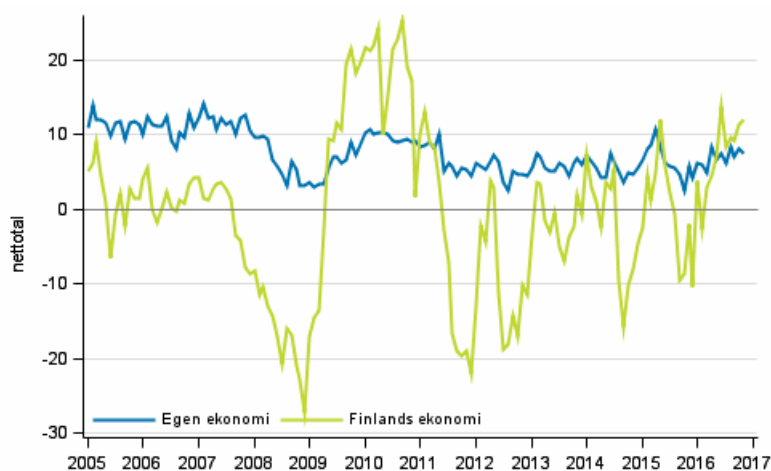
I november tyckte konsumenterna att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror och särskilt för att ta lån, men inte gynnsam för att spara. I november var sysselsatta konsumenter något mindre oroad över att själva råka ut för arbetslöshet än i oktober och under motsvarande period året innan.

### Egen och Finlands ekonomi

I november antog 42 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Sexton procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. För ett år sedan i november var motsvarande andelar 30 och 29 procent.

I november litade 26 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 13 procent befarade att den blir sämre inom ett år. För ett år sedan var andelarna 23 och 13 procent.

### Konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin och Finlands ekonomi om ett år



### Arbetslöshet och inflation

I november litade 34 procent av konsumenterna på att arbetslösheten minskar under det följande året och 27 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. En månad tidigare var motsvarande andelar 30 och 32 procent och för ett år sedan dystra 11 och 63 procent.

Av de sysselsatta antog 15 procent i november att risken för arbetslösheten minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 18 procent antog att risken hade ökat. Av de sysselsatta upplevde 23 procent att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa.

I november bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 1,6 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningen var för ett år sedan 1,3 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationförväntningarna är 2,2 procent.

### Köp av kapitalvaror

Av konsumenterna bedömde 47 procent i november att det är fördelaktigt att köpa kapitalvaror. De allmänna planerna på att använda pengar var fortfarande återhållsamma. Av hushållen hade 17 procent för avsikt att mycket eller ganska säkert köpa bil och 8 procent bostad inom ett år. I november planerade 20 procent av hushållen att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

## Sparande och låntagning

I november tyckte 51 procent av konsumenterna att tidpunkten för att spara var god. Långtidsmedelvärdet är 58 procent. Sextiosex procent av hushållen hade sparat och 80 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I november ansåg 71 procent av konsumenterna att det är fördelaktigt att ta lån. Långtidsmedelvärdet är 62 procent. Av hushållen planerade 13 procent att ta lån inom ett år.

## Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I november var konsumenternas förtroende för ekonomin starkast i Norra Finland och i huvudstadsregionen. Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska. De mest negativa synpunkterna på den ekonomiska utvecklingen hade arbetslösa och pensionärer.

## Konsumenternas syn på ekonomin

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	11/2015	10/2016	11/2016	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,7	22,9	-6,5	4,7	15,8	17,6	++
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	5,7	8,0	7,4	-
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,2	25,3	-27,1	-1,9	11,4	12,0	+
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,3	1,5	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-4,1	27,6	-51,1	-30,5	-2,0	2,4	+
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,5	7,6	-18,8	-5,9	-3,2	-0,5	=
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,3	41,8	-14,2	15,0	22,4	25,2	+
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,4	36,8	-19,6	8,0	8,3	3,5	-
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,4	42,0	-47,1	19,6	31,3	30,8	+
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,4	52,2	10,9	45,4	45,6	48,7	+

**Nettotalet** erhålls genom att vikta svarsalternativen och subtrahera den procentuella andelen nekande svar från den procentuella andelen jakande svar på en fråga. **Konsumenternas förtroendeindikator** beräknas som ett genomsnitt av delfaktorens nettotal. Nettotalen och förtroendeindikatorn kan variera mellan -100 och +100, ju högre (positiv) siffra desto mer optimistisk är synen på ekonomin.

Förklaringar till kolumnen "**Utsikter**": ++ Mycket goda utsikter, + Goda utsikter, = Neutrala utsikter, - Dåliga utsikter, -- Mycket dåliga utsikter. Nettotalets avvikelse från medeltalet har jämförts med standardavvikelsen.

## EU-resultat

Alla EU-länders (säsongrensade) barometerresultat publiceras på EU-kommissionens webbplats: European Commission, DG ECFIN, Business and Consumer Survey Results;  
[http://ec.europa.eu/economy\\_finance/db\\_indicators/surveys/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/index_en.htm)

# Innehåll

1. Metoden för konsumentbarometern.....	5
---	---

## Tabeller

### Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter.....	6
--	---

## Figurer

### Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator .....	8
Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer.....	8
Figurbilaga 3. Egen ekonomi.....	8
Figurbilaga 4. Finlands ekonomi .....	9
Figurbilaga 5. Inflation.....	9
Figurbilaga 6. Arbetslöshet.....	9
Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	10
Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara.....	10
Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader.....	10
Figurbilaga 10. Köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt.....	11
Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader.....	11

# 1. Metoden för konsumentbarometern

Konsumentbarometern är en telefonintervjuundersökning (survey) med hjälp av vilken man mäter de finländska konsumenternas uppfattningar – uppskattningar och förväntningar – om den allmänna ekonomiska utvecklingen och det egna hushållets ekonomiska utveckling samt deras planer på att göra anskaffningar, spara eller ta lån. Dessutom utreder man hur allmänna moderna apparater är i hushållen. I konsumentbarometern finns färdiga svarsalternativ (en kvalitativ undersökning).

De första barometerintervjuerna gjordes i november 1987. Ända till 1991 gjordes undersökningen två gånger om året, i maj och november. År 1992 ökade man antalet undersökningsomgångar till fyra: undersökningsmånaderna var februari, maj, augusti och november. Fr.o.m. oktober 1995 har man samlat in konsumentbarometerns uppgifter varje månad på uppdrag av och med delfinansiering från EU-kommissionen.

Till populationen i konsumentbarometern hör 4,5 miljoner personer i åldern 15–84 år och deras 2,6 miljoner hushåll i Finland. Ett urval av 2 350 personer samplas för undersökningen för varje månad. Samma urval används också i datainsamlingen för den finländska reseundersökningen. Undersökningsområdet omfattar hela landet, och konsumentbarometerns uppgiftslämnare representerar landets befolkning ifråga om ålder, kön, bostättningsområde och modersmål.

Konsumentbarometerns intervjuer görs från Statistikcentralens telefonintervjucentral (CATI) under de två eller tre första veckorna av månaden. I november 2016 erhöles svar från 1 230 personer; därmed var bortfallet av svar 47,7 procent (inkl. övertäckning). Bortfallet omfattar förutom dem som vägrade eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunde nå.

Alla svarsuppgifter för konsumentbarometern upphöjs till populationsnivå med hjälp av viktkoefficienter. Viktningen korrigerar effekterna av bortfallet av svar och förbättrar uppgifternas statistiska exakthet. Viktkoefficienterna bildas med en kalibreringsmetod genom att utnyttja sannolikheten för resp. observation att ingå i urvalet. Siffrorna och serierna som publiceras har inte säsongrensats.

# Tabellbilagor

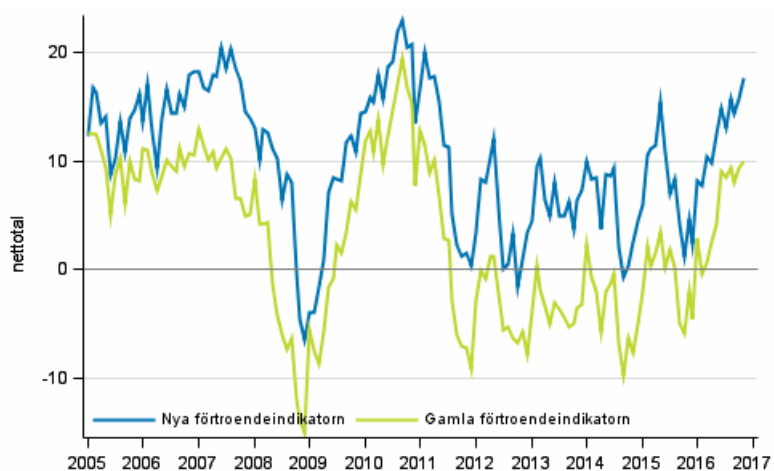
## Tabellbilaga 1. Konsumenternas syn och avsikter

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	11/2015	10/2016	11/2016	Utsikter
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B2+B4+B7+D2)/4	11,7	22,9	-6,5	4,7	15,8	17,6	++
A2 Gamla förtroendeindikatorn = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,0	19,4	-15,0	-2,0	9,4	9,9	+
A3 Mikroindikatorn = (B2+D1+D2)/3	25,4	33,4	9,5	27,4	29,0	29,7	+
A4 Makroindikatorn = (B4+B7)/2	-0,4	22,8	-39,1	-16,2	4,7	7,2	+
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,8	9,8	-4,0	-1,8	4,5	2,4	-
- Bättre (%)	23,3	30,6	16,4	17,5	24,9	20,9	
- Sämre (%)	16,4	22,7	11,4	20,2	17,5	16,9	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,3	14,1	2,3	5,7	8,0	7,4	-
- Bättre (%)	25,7	33,4	18,2	22,6	26,1	25,7	
- Sämre (%)	11,4	17,7	6,6	13,1	12,8	12,6	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-3,4	29,5	-60,9	-27,2	0,5	2,6	+
- Bättre (%)	25,7	62,1	2,0	8,6	29,0	29,8	
- Sämre (%)	29,0	88,5	4,2	52,5	25,5	21,4	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	3,2	25,3	-27,1	-1,9	11,4	12,0	+
- Bättre (%)	31,1	57,3	11,6	30,4	40,8	41,9	
- Sämre (%)	23,0	57,3	6,0	29,1	16,8	15,8	
B5 Inflationen nu (procent)	2,2	5,8	-2,0	0,5	0,8	0,9	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,2	4,6	0,6	1,3	1,5	1,6	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-4,1	27,6	-51,1	-30,5	-2,0	2,4	+
- Mindre (%)	29,7	60,8	6,4	11,1	29,5	33,8	
- Mera (%)	35,0	83,3	6,9	63,2	31,9	27,5	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-1,5	7,6	-18,8	-5,9	-3,2	-0,5	=
- Minskat (%)	12,8	20,0	5,3	11,1	12,9	15,3	
- Ökat (%)	17,3	31,9	7,9	20,9	18,2	17,7	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	18,3	41,8	-14,2	15,0	22,4	25,2	+
- Fördelaktig tidpunkt (%)	44,6	62,4	29,6	44,2	46,8	46,6	
- Ofördelaktig tidpunkt (%)	26,3	45,7	17,7	29,2	24,4	21,4	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	10,4	36,8	-19,6	8,0	8,3	3,5	-
- Bra tid (%)	57,8	80,7	33,4	55,5	56,8	51,4	
- Dålig tid (%)	36,7	58,5	15,5	40,8	38,8	43,7	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	17,4	42,0	-47,1	19,6	31,3	30,8	+
- Bra tid (%)	62,0	78,2	13,3	62,3	72,7	71,4	
- Dålig tid (%)	31,0	83,4	12,1	31,2	22,3	22,9	
D1 Hushållets penningssituation nu (nettotal)	28,5	35,1	14,7	30,9	33,3	32,9	+
- Kan spara (%)	59,7	70,0	38,6	64,6	67,6	65,5	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	6,8	10,1	4,5	8,7	7,0	5,7	

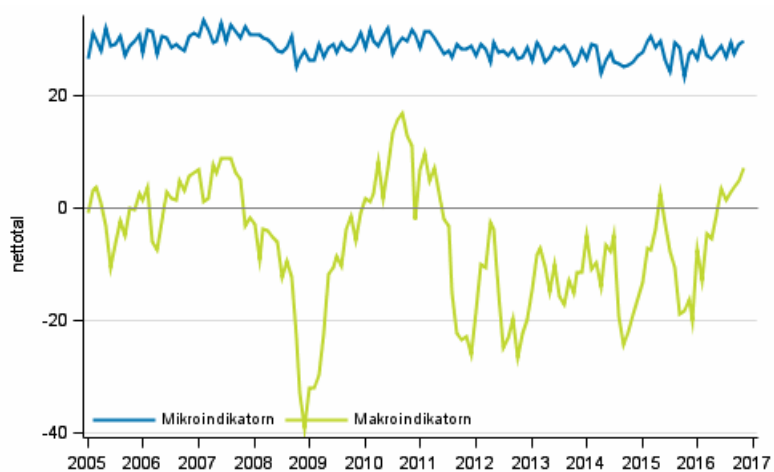
	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	11/2015	10/2016	11/2016	Utsikter
D2 Hushållets möjligheter att spara 12 månader framåt (netttotal)	39,4	52,2	10,9	45,4	45,6	48,7	+
- Kan spara (%)	74,0	82,3	56,6	78,2	77,9	80,0	
- Kan inte spara (%)	24,2	40,3	16,5	21,0	20,3	19,0	
D5 Hushållets avsikter att ta lån inom 12 månader (% av hushållen)	13,2	17,8	9,1	11,4	13,6	12,5	-
- Ja, säkert (%)	5,6	8,5	3,1	4,0	5,7	4,8	
- Eventuellt (%)	7,6	11,4	5,0	7,4	7,9	7,7	
E1 Köp av kapitalvaror 12 månader framåt vs 12 månader bakåt (netttotal)	-8,9	-2,4	-18,2	-11,4	-9,7	-9,6	=
- Mera (%)	21,4	30,8	13,9	17,2	19,1	19,4	
- Mindre (%)	32,8	40,4	26,5	32,5	31,9	31,8	
E2 Avsikter att köpa en bil (% av hushållen)	16,8	21,7	12,7	15,4	15,7	16,7	=
- Mycket sannolikt (%)	8,5	12,1	5,1	6,5	7,9	7,8	
- Ganska sannolikt (%)	8,2	10,4	5,3	9,0	7,8	8,9	
E4 Avsikter att köpa en bostad (% av hushållen)	7,0	11,3	4,1	6,9	7,2	7,7	+
- Ja, säkert (%)	3,0	5,2	1,3	2,3	2,8	2,7	
- Eventuellt (%)	4,0	6,2	2,2	4,6	4,4	5,1	
E5 Avsikter att använda pengar för bostadsombyggnad (% av hushållen)	18,8	27,0	9,8	18,5	17,6	20,3	+
- Mycket sannolikt (%)	12,5	19,0	5,0	12,2	11,4	14,2	
- Ganska sannolikt (%)	6,4	9,1	3,2	6,3	6,2	6,1	

# Figurbilagor

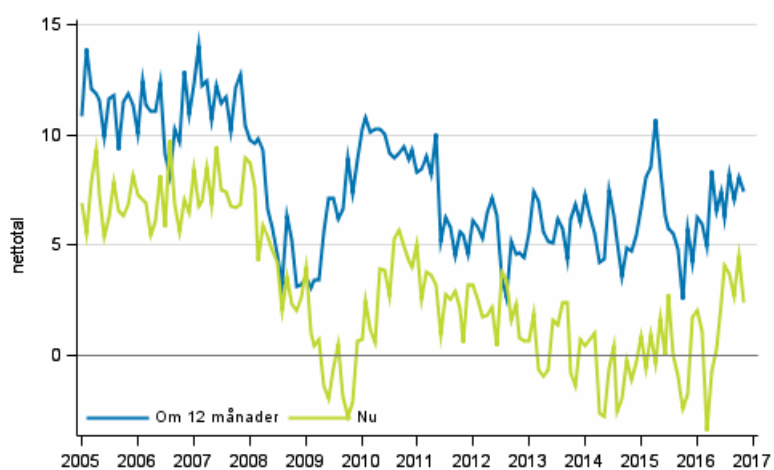
## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator



## Figurbilaga 2. Mikro- och makroindikatorer

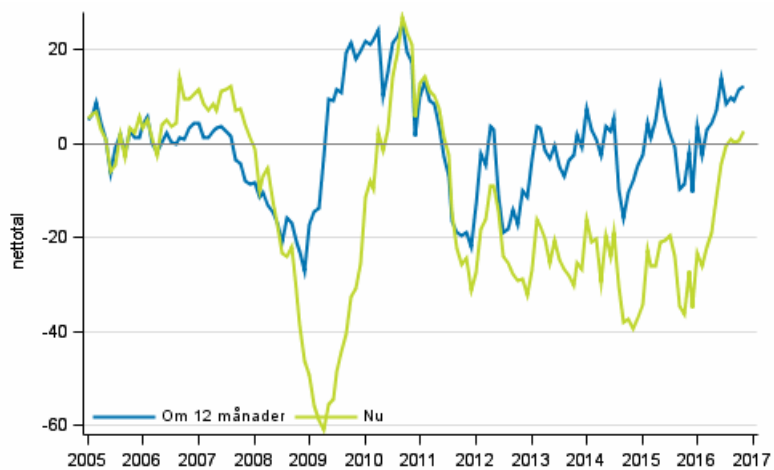


## Figurbilaga 3. Egen ekonomi

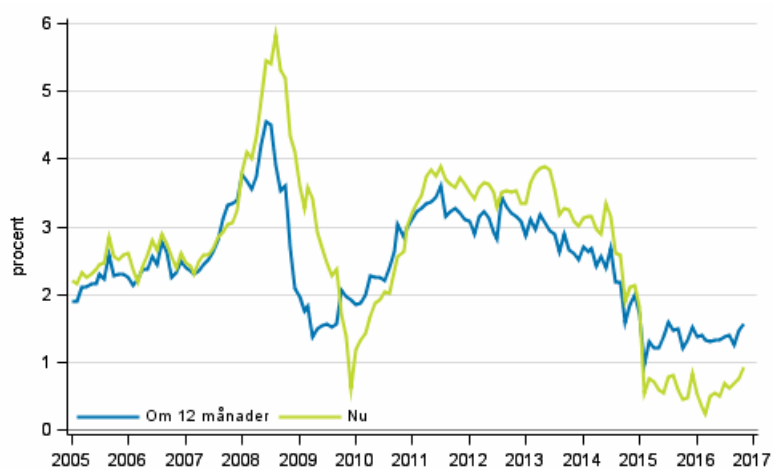




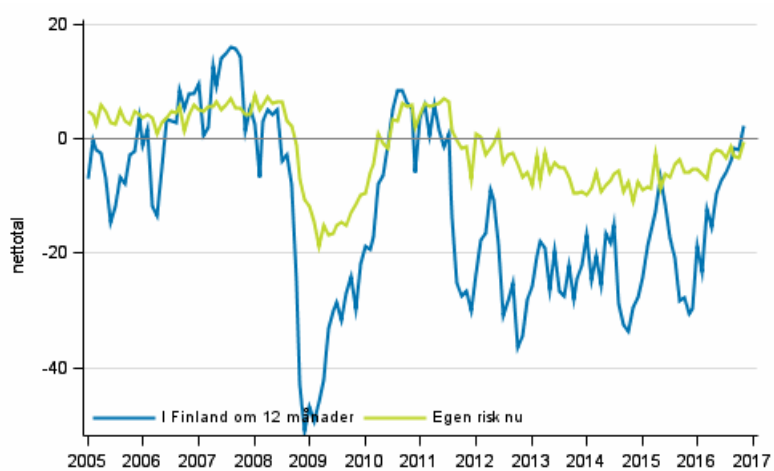
**Figurbilaga 4. Finlands ekonomi**



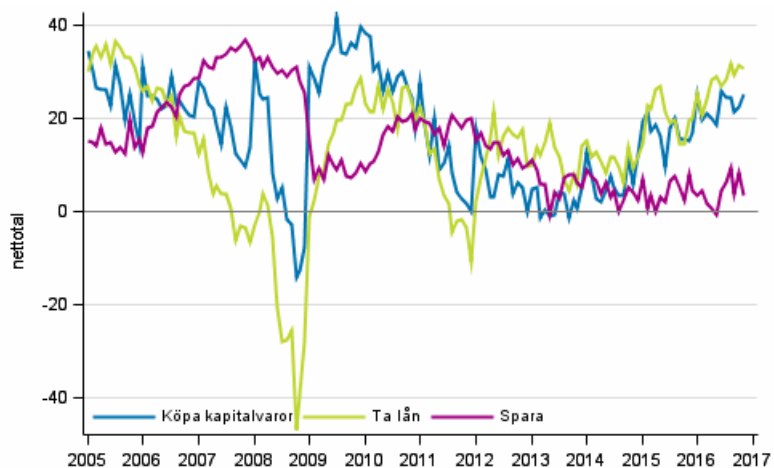
**Figurbilaga 5. Inflation**



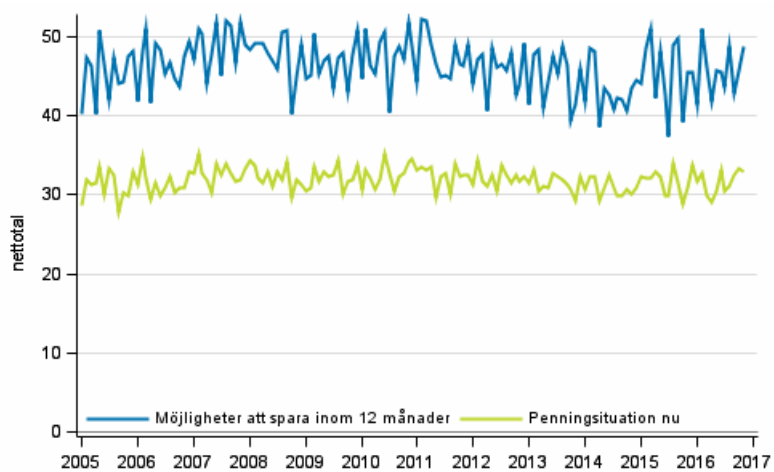
**Figurbilaga 6. Arbetslöshet**



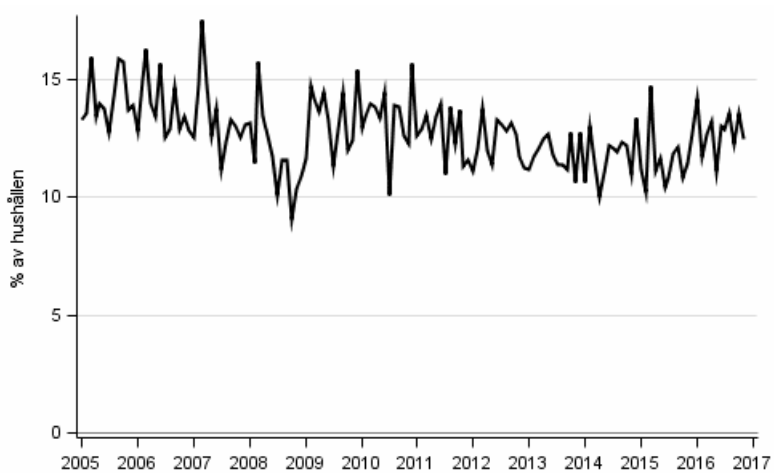
**Figurbilaga 7. Tidpunktens fördelaktighet för att**



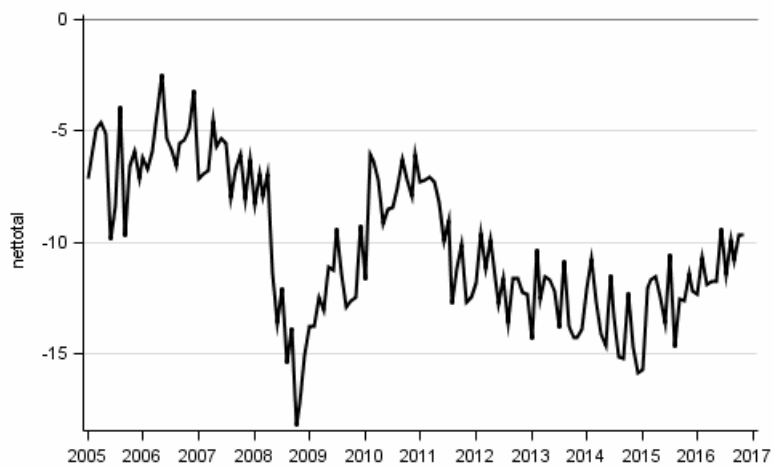
**Figurbilaga 8. Hushållets penningssituation och möjligheter att spara**



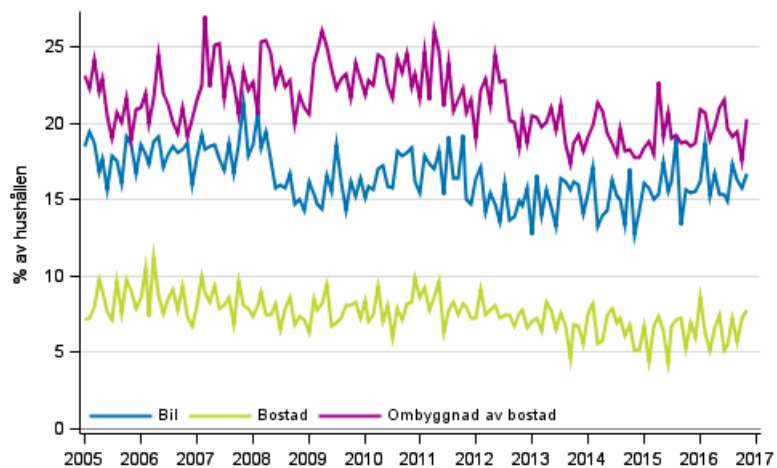
**Figurbilaga 9. Hushållets avsikter att ta lån, inom 12 månader**



**Figurbilaga 10. Köp av kapitalvaror, 12 månader framåt vs 12 månader bakåt**



**Figurbilaga 11. Hushållets avsikter att köpa, inom 12 månader**



## Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598  
Ansvarig statistikdirektör:  
Jari Tarkoma

[konsument.barometern@stat.fi](mailto:konsument.barometern@stat.fi)  
[www.stat.fi](http://www.stat.fi)

Källa: Konsumentbarometern 2016, november. Statistikcentralen